

COVID-19 E TURISMO: DANOS REPUTACIONAIS E EFEITOS DA PANDEMIA NOS PLANOS DE FÉRIAS E VIAGENS

*Eduardo Brito-Henriques
Inês Boavida-Portugal
Fernando Arrobas*

*TERRITUR
Policy Brief
2020*



CEG

Centro de Estudos Geográficos

TERRITUR

3

INTRODUÇÃO

4 - 5

MÉTODO DE RECOLHA DOS
DADOS
E AMOSTRA

6 - 13

RESULTADOS
DO INQUÉRITO

14

ORIENTAÇÕES
E RECOMENDAÇÕES

15

REFERÊNCIAS

A COVID-19 é uma crise sanitária de proporções inauditas e será previsivelmente responsável pela mais grave crise económica mundial dos últimos 100 anos (IMF, 2020). As projeções antecipam que as economias mais dependentes do turismo irão conhecer recessões mais graves (IMF, 2020) e estarão mais suscetíveis a uma escalada do desemprego (OECD, 2020). O turismo tem que ver com mobilidade e interação social e, na falta de meios farmacêuticos específicos para prevenir e combater a nova doença, a imobilidade e o distanciamento físico são as soluções de recurso. Por isso, toda a cadeia de valor do turismo — dos operadores e agências de viagem, às companhias aéreas, alojamento, animação, etc. — está a ser sujeita a um «choque de procura» que praticamente fez parar a «indústria». Em Portugal, os meses de abril e maio de 2020 registaram mínimos históricos de atividade nos alojamentos turísticos, com, respetivamente, 85% e 70,4% dos estabelecimentos encerrados ou sem atividade (INE, 2020) e milhares de trabalhadores em lay off.

Não há previsões seguras sobre quando e em que termos a atividade irá retomar. Em Portugal, expectativas de que a abertura das fronteiras a partir de julho ainda pudesse «salvar o verão» foram goradas com o anúncio de que o país estará na lista dos «destinos não seguros» em vários estados europeus (incluindo mercados como o Reino Unido, Bélgica, Países Baixos, Áustria e Dinamarca), que assim continuam a impor barreiras às viagens de e para Portugal (desaconselhamento, quarentena obrigatória, e até proibição). A evolução epidemiológica negativa em mercados não-europeus com grande relevância para o turismo português, como o Brasil e os EUA, agrava o cenário. As esperanças viram-se agora para o mercado interno, pelo que será mais do que nunca crítico sondar e tentar compreender como este se poderá comportar.

O presente policy brief tem por objetivo transferir para a sociedade os resultados de um inquérito aos efeitos da COVID-19 nos riscos percebidos em relação ao turismo e nos planos de férias de residentes em Portugal. Pretende também fornecer orientações que possam ajudar os profissionais do setor e os decisores na definição das suas estratégias e ações.

Três questões são analisadas neste documento. A primeira refere-se às consequências da COVID-19 nas viagens e nos planos de férias dos inquiridos, com um olhar orientado para o curto prazo. A segunda consiste numa avaliação do otimismo e confiança dos inquiridos. A terceira questão em análise refere-se aos danos reputacionais causados pela pandemia em diferentes tipos de destinos e alojamentos, avaliados a partir do risco percebido. Destes dados podem tirar-se ilações sobre possíveis tendências futuras de evolução da procura, pois sabe-se que o risco percebido influi negativamente nas motivações e intenções de viagem assim como nas imagens dos destinos (Caber, González-Rodríguez & Albayrak, 2020; Noh & Vogt, 2013). Na última secção deste policy brief, resumem-se algumas recomendações de política e orientações para o setor.

MÉTODO DE RECOLHA DOS DADOS E AMOSTRAS

O material de base deste documento consistiu em dados primários recolhidos através de um instrumento de observação desenvolvido para conhecer os efeitos da pandemia de COVID-19 nos planos de férias e viagens de residentes em Portugal. Esse questionário tinha objetivos de investigação mais extensos do que os apresentados neste policy brief. Quatro dos blocos desse questionário são tratados neste documento: (i) consequências da pandemia nas viagens e nos planos de férias para 2020; (ii) expectativas de evolução da pandemia; (iii) confiança nas instituições; (iv) danos reputacionais causados pela COVID-19 associados a destinos e alojamentos, avaliados a partir do risco percebido pelos inquiridos.

A versão final do questionário foi aprovada pela Comissão de Ética do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território no início de maio 2020. O inquérito foi divulgado pelo meios digitais do Centro de Estudos Geográficos e do Instituto de Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa. Encontrou-se disponível para ser preenchido online através da plataforma Google Forms entre o dia 13/05/2020 e o dia 24/05/2020. A recolha dos dados acompanhou a passagem da primeira fase para a segunda fase do «desconfinamento» em Portugal, com o Estado de Calamidade ainda decretado. Através dos meios descritos, foi possível recolher uma amostra não probabilística de 658 indivíduos, com as características que se descrevem na Tabela 1.

Tabela 1: Caracterização da amostra

Características		% (n)
Género	Masculino	40,7% (n=268)
	Feminino	59,3% (n=390)
Classes etárias	30 anos ou menos	30,1% (n=198)
	31 a 45 anos	28,9% (n=190)
	46 a 60 anos	30,9% (n=203)
	Mais de 60 anos	10,1% (n=67)
Região	Norte	14,0% (n=92)
	Centro	12,5% (n=82)
	Área Metropolitana de Lisboa	64,3% (n=423)
	Alentejo	1,4% (n=9)
	Algarve	4,1% (n=27)
	Madeira	3,3% (n=22)
	Açores	0,5% (n=3)
Nível de escolaridade	Ensino Básico	2,9% (n=19)
	Ensino Secundário	25,7% (n=169)
	Ensino Universitário	69,9% (n=460)
	Outro/Prefiro não dizer	1,5% (n=10)
Situação profissional	Setor privado	47,0% (n=309)
	Setor público	21,6% (n=142)
	Desempregado	4,0% (n=26)
	Estudante	17,5% (n=115)
	Reformado	6,4% (n=42)
	Doméstica/o	0,6% (n=4)
	Outro/Prefiro não dizer	2,9% (n=20)
Rendimento anual bruto do agregado familiar	Menos de 15000€	14,3% (n=94)
	15000€ a 29999€	26,4% (n=174)
	30000€ a 44999€	18,5% (n=122)
	45000€ a 59999€	9% (n=59)
	60000€ ou mais	9,6% (n=63)
	Outro/Prefiro não dizer	22,2% (n=146)

RESULTADOS DO INQUÉRITO

CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA

NAS VIAGENS E NOS PLANOS DE FÉRIAS PARA 2020

Apenas uma minoria de 1/5 dos inquiridos foi apanhada em viagem durante o surto da COVID-19 e as medidas de restrição às mobilidades e de confinamento (fig. 1). Contudo, a pandemia da COVID-19 provocou **cancelamentos ou reagendamentos de viagens programadas** por 59,3% dos inquiridos (fig. 2), um valor bem revelador da turbulência introduzida no mercado do turismo pelo elevado grau de incerteza quanto à evolução epidemiológica da pandemia no futuro próximo e às condições para a realização de viagens.

Apesar das diretivas e recomendações da União Europeia (UE) para que companhias aéreas e hotéis encontrassem formas de garantir reembolso ou criassem vouchers para utilização futura de forma a que os clientes não sofressem perdas económicas com cancelamentos ou reagendamentos de viagens programadas, 41,3% dos inquiridos tiveram custos associados ou prejuízos financeiros com operações de cancelamento ou reagendamento de viagens (fig. 3).

Outra consequência da COVID-19 foi a **alteração de planos de férias para 2020**. 76,9% dos inquiridos confirma que alterou os seus planos (fig. 4). Motivos para essas alterações podem ser o receio de contágio e a decisão de adotar comportamentos percebidos como mais seguros, a incerteza quanto às condições em que as férias se poderão realizar (receio de novos confinamentos, desconforto com o distanciamento físico, etc.), ou a necessidade de ajustar despesas em face de perda de rendimentos.

Figura 1: Inquiridos apanhados pela pandemia COVID-19 no decurso de uma viagem

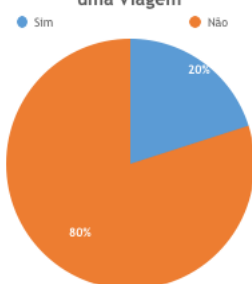


Figura 2: Inquiridos que cancelaram ou reagendaram viagens programadas

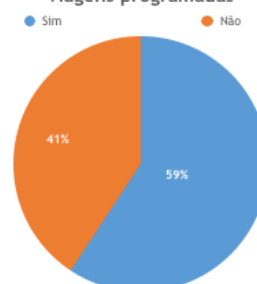


Figura 3: Inquiridos que tiveram prejuízo financeiro com o cancelamento ou reagendamento de viagens programadas

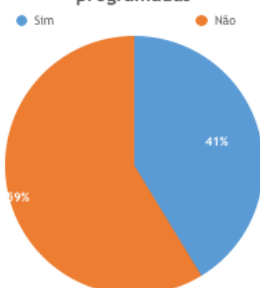
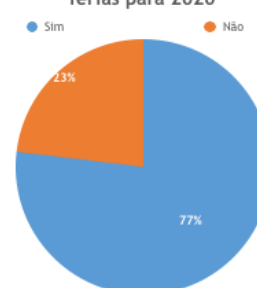


Figura 4: Inquiridos que alteraram o seu plano de férias para 2020



A figura 5 apresenta as alterações nos planos de férias dos inquiridos. A principal mudança em relação aos planos iniciais consistiu na **desistência de viajar para o estrangeiro** (58,5% dos inquiridos que referiram ter alterado os seus planos). Bastante significativo é também que 23,5% das alterações de planos tenha consistido na **desmarcação das férias de verão**. Outras mudanças frequentes foram a opção por **passar as férias em residência secundária ou casa de familiares/amigos** (24,5%), **ou na residência habitual** (21,1%). Além do medo de contágio e da necessidade de se respeitarem regras de distanciamento físico e de proteção individual, é provável que algumas destas reflitam a perda de rendimentos ou o seu receio, levando a opções economicamente menos onerosas.

No que concerne aos planos de férias e viagens para o verão de 2020 (fig. 6), há uma tendência clara para a **realização de férias em Portugal**. A proporção de inquiridos que indica intenção de viajar para o estrangeiro na amostra recolhida foi ínfima e bastante inferior à que o Inquérito à Deslocação dos Residentes em Portugal, realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), tem reportado nos últimos anos. Outros resultados, pelo contrário, reproduzem e até acentuam tendências comuns nos hábitos de férias dos residentes em Portugal. **A preferência pelas residências secundárias e alojamento gratuito de familiares ou amigos** tem sido recorrentemente observada nos sucessivos Inquéritos à Deslocação dos Residentes em Portugal realizados pelo INE, e isso aparece refletido também nos resultados deste inquérito. Se combinarmos esse facto com as alterações nos planos iniciais de férias (fig. 5), pode aventar-se a hipótese de que esta é uma tendência que se irá reforçar. Por outro lado, regista-se na nossa amostra, comparativamente aos resultados reportados pelo INE nos últimos anos, uma percentagem comparativamente mais baixa de respondentes que referem ir passar férias em estabelecimentos hoteleiros e uma **percentagem comparativamente mais alta de respondentes que optarão por alojamentos particulares pagos**. Não é impossível que esta discrepância possa estar relacionada com uma preferência por férias em formas de alojamento que permitam evitar concentração de pessoas e que garantam um mais fácil isolamento social.

Finalmente, é de ressaltar que uma parte expressiva dos inquiridos (33,7%) ainda não tinha planos ou férias marcadas para o verão à data em que se recolheram os dados. Toda a incerteza vivida, tanto no que se refere à situação de saúde pública como à evolução económica, terá levado a que muitos inquiridos preferissem **não fazer planos para as férias de verão**, na expectativa de verificar a evolução (favorável ou não) da epidemia. Estes dados corroboram a ideia de que **os próximos meses serão marcados por um contexto de elevada indefinição e volatilidade da procura**, com tendência para aumentarem quer as desmarcações quer as reservas de última hora. Caso haja uma evolução favorável da epidemia, poderá aventar-se que alguns destes respondentes tenderão a organizar soluções rápidas de férias, gerando alguma procura no mercado.

Figura 5: Mudanças nos planos de férias e viagens dos inquiridos

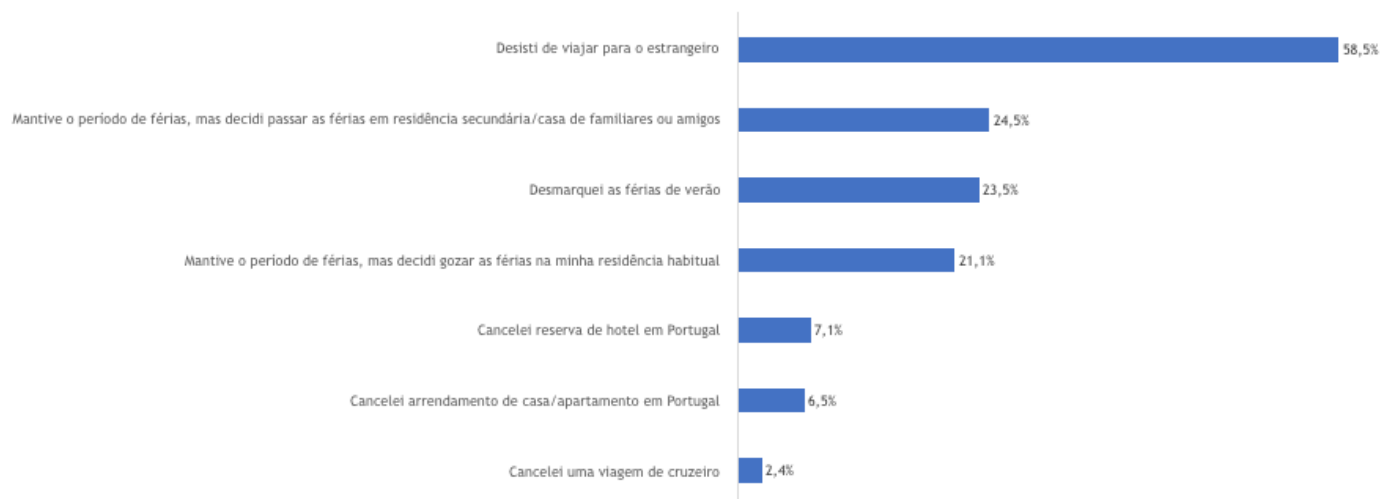
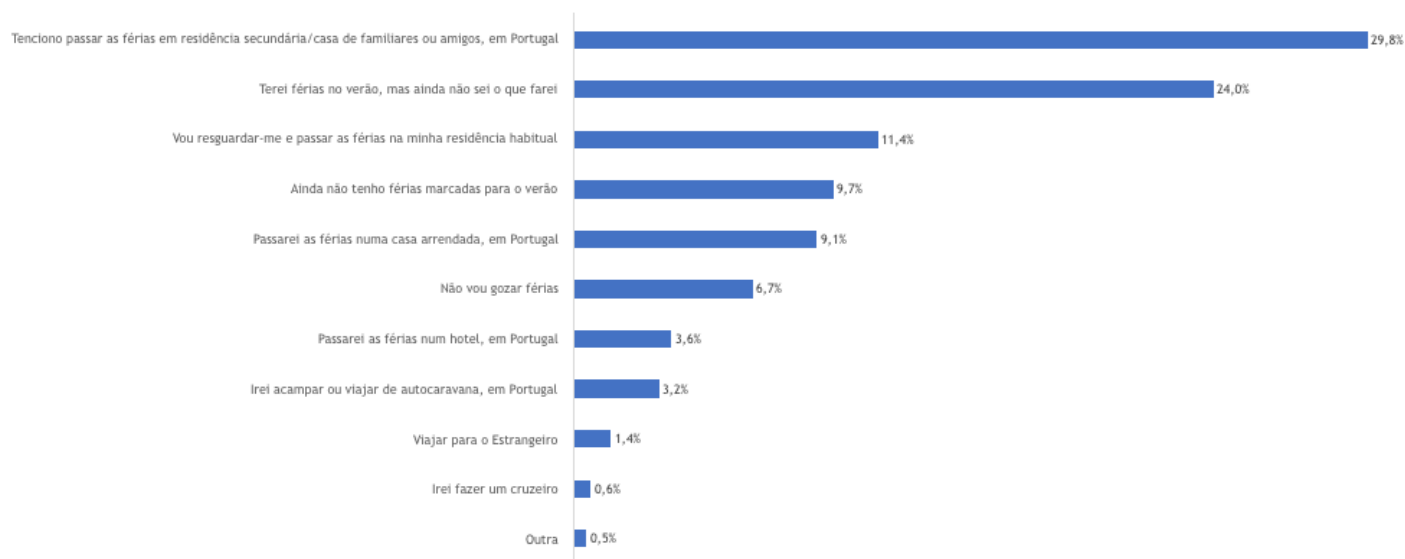


Figura 6: Planos de férias e viagens dos inquiridos para o verão de 2020



EXPECTATIVAS E CONFIANÇA DOS INQUIRIDOS

De um modo geral, os residentes inquiridos **estão pouco otimistas quanto à possibilidade de viajarem em segurança nos próximos tempos** (fig. 7). Quase 2/3 dos respondentes duvidam – e 25% duvidam totalmente – que uma vacina seja descoberta até final do ano de 2020 e que em 2021 se possa viajar em segurança. Este facto pode ser sugestivo de que os efeitos da pandemia no setor do turismo e das viagens extravasarão o horizonte mais imediato do corrente verão e que talvez devam justificar medidas de ajustamento de mais longo prazo por parte da «indústria» e das organizações de gestão de destinos.

Corroborar e ampliar o que acima foi dito que 54,4% dos respondentes tenham confirmado que, no futuro, mesmo ultrapassada a situação de pandemia, tenderão a ser mais cautelosos no planeamento das suas férias e de que estas serão diferentes (fig. 8). A hipótese de que a pandemia é um «choque de procura» conjuntural e de que, passada a crise, teremos um retorno à «normalidade» parece ficar de algum modo prejudicada por esta observação. Mais plausível parece ser a interpretação contrária de que a COVID-19 poderá vir a induzir transformações no comportamento dos consumidores. Entre as hipóteses que se podem aventar conta-se uma possível maior exigência futura em relação aos critérios higiénicos e sanitários, uma adoção mais generalizada de condutas de distanciamento físico e de meios de proteção individual, ou uma maior preferência por férias em alojamentos independentes (segundas residências, casas de familiares e amigos ou residência habitual) e em ambientes resguardados de concentrações de pessoas. Esta tendência já se verifica nos meses de junho, julho e agosto (através de uma pesquisa nas plataformas de reservas de alojamento Booking e Casas Brancas) com os alojamentos em espaço rural com capacidade de alojamento próxima da lotação máxima.

Outro facto que merece destaque nos resultados obtidos tem que ver com **os bons níveis de confiança que os respondentes manifestam em relação à capacidade da «indústria» e das instituições encontrarem soluções que garantam segurança**. É positivo e permite algum otimismo que a confiança em que os hotéis encontrarão formas seguras de acomodar turistas atinja entre os respondentes neste inquérito uma pontuação média de 5,11 num máximo de 7 na escala de Likert (fig. 9).

O **selo Clean & Safe** atribuído pelo Turismo de Portugal às empresas de turismo é um exemplo de iniciativa que os dados recolhidos sugerem que pode ser **eficaz para ganhar a confiança dos consumidores e catalizar a retoma da atividade**. A distribuição das respostas no que respeita à confiança num selo sanitário mostra-o claramente (fig. 10). A certificação por parte de entidades oficiais com responsabilidades no turismo e saúde pública traz segurança quanto ao cumprimento de medidas sanitárias adequadas, como o uso de meios de proteção individual, o cumprimento de regras de distanciamento social, e a limpeza e desinfeção dos espaços, podendo ser uma mais-valia para os alojamentos que adoptem este tipo de certificações.

Figura 7: Acredito que até final de 2020 teremos uma vacina para a COVID-19 e que no próximo ano poderei viajar em segurança

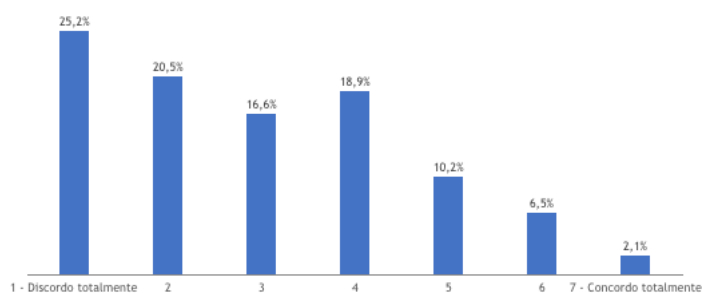


Figura 8: Mesmo que uma vacina para a COVID-19 seja descoberta, serei mais cauteloso no futuro e as minhas férias serão diferentes

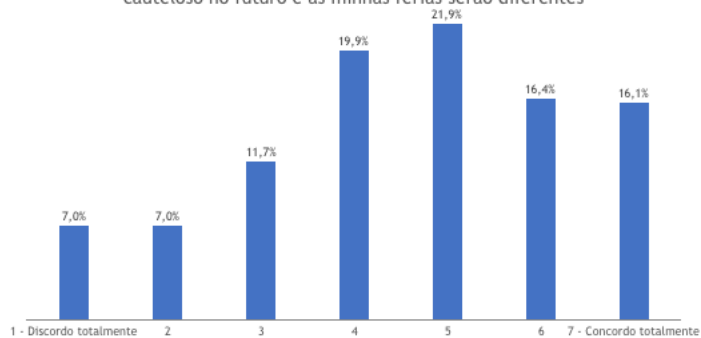


Figura 9: Acredito que os hotéis vão encontrar soluções para serem locais seguros

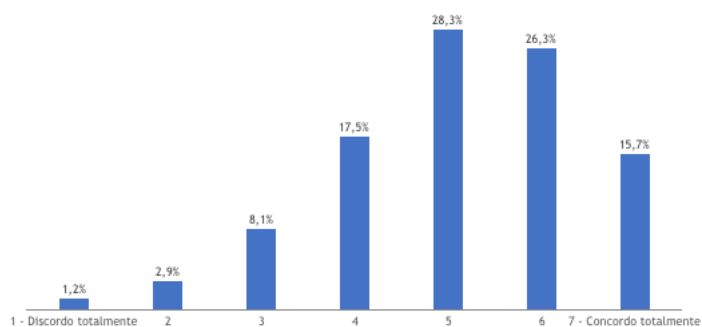
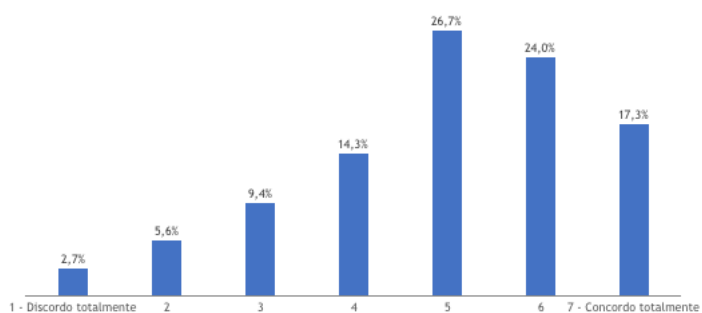


Figura 10: Confiarei num hotel que apresente um selo sanitário e de higiene (tipo 'Covid-19 Free' ou 'Clean & Safe') atribuído pelo Turismo de Portugal e autoridades de saúde



RISCOS PERCEBIDOS ASSOCIADOS A DESTINOS E ALOJAMENTOS

A investigação realizada sugere que a COVID-19 terá aumentando a **percepção de risco associada às viagens internacionais** (fig. 11). Esse facto foi confirmado por 58,4% dos respondentes. A experiência recente mostra que países diferentes tiveram graus e tempos de adopção de medidas de mitigação da pandemia variáveis, e essa variabilidade de respostas é um fator de indeterminação que não favorece a confiança. Por outro lado, é compreensível que num contexto de incerteza quanto à evolução epidemiológica futura da COVID-19, os turistas receiem adoecer no estrangeiro e de virem a precisar de internamento ou de permanecer em quarentena fora do país. Este **risco percebido aumentado em relação às viagens internacionais é um elemento que tenderá a favorecer as viagens nacionais e o turismo doméstico no futuro.**

Um pouco expectavelmente, o tipo de destinos e formas de férias que manifestaram entre os inquiridos **maiores danos reputacionais devido à COVID-19 foram as cidades e os cruzeiros**. Uma elevada proporção de 71,6% dos inquiridos passou a perceber as cidades como destinos com elevado risco de contágio (fig. 12). Não é surpreendente que os destinos urbanos, pela sua densidade demográfica e intensidade de contactos sociais, sejam percebidos como locais de risco e possam ser prejudicados por uma certa demofobia. O facto das notícias referentes a grandes surtos de infeção e de as reportagens sobre os sistemas de saúde em pré-colapso respeitarem a cidades (Wuhan, Bérghamo, Milão, Madrid, Barcelona, etc.) é outro fator que poderá ter contribuído para esta percepção.

Por outro lado, casos com grande repercussão mediática como o do Diamond Princess, onde quase 4.000 pessoas, entre passageiros e tripulação, estiveram durante semanas em quarentena forçada no porto de Yokohama, ou as histórias de navios de cruzeiros impedidos de acostar em sucessivos portos no Pacífico e no Caribe devido à presença de passageiros com sintomas de infeção pelo novo coronavírus, terão contribuído para que se generalizasse a percepção de que também os cruzeiros envolvem elevados riscos de contágio (fig. 13).

Poder-se-ia supor que a mesma demofobia que aparentemente afeta os destinos urbanos fosse perceptível em relação a outros destinos de elevada frequência turística assim como aos períodos de maior procura. Contudo, os dados reunidos não o comprovam. Seria igualmente plausível supor que o receio de multidões tivesse gerado uma atitude negativa em relação ao turismo em época alta, contudo o que a distribuição das respostas ao longo da escala de Likert parece demonstrar é sobretudo indecisão e ambivalência, com 43,7% inquiridos a concordar que se deva evitar fazer férias em períodos do ano com muita procura por causa da COVID-19, e 38,9% a discordar (fig. 14).

Figura 11: Com o aparecimento da COVID-19, fiquei com receio de viajar para o estrangeiro

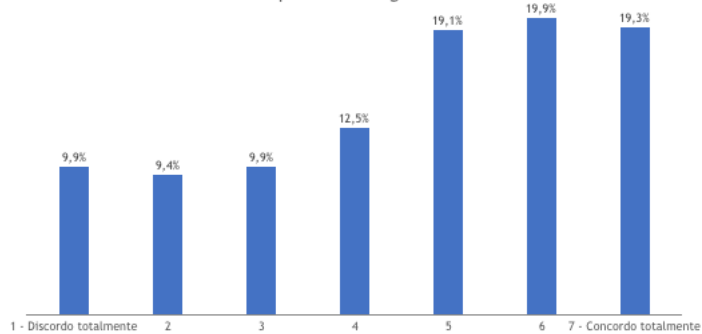


Figura 12: A COVID-19 veio mostrar que as cidades são destinos com grande risco de contágio

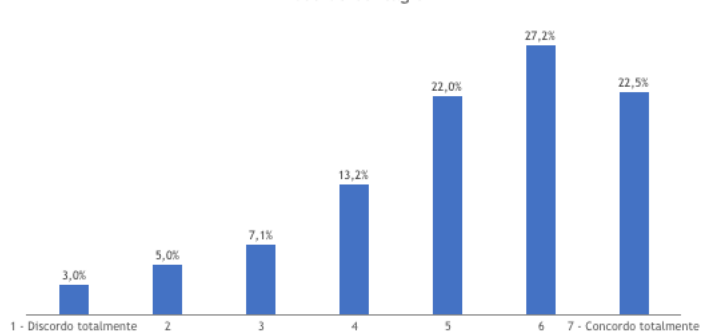


Figura 13: A COVID-19 veio mostrar que as viagens de cruzeiro têm grande risco de contágio

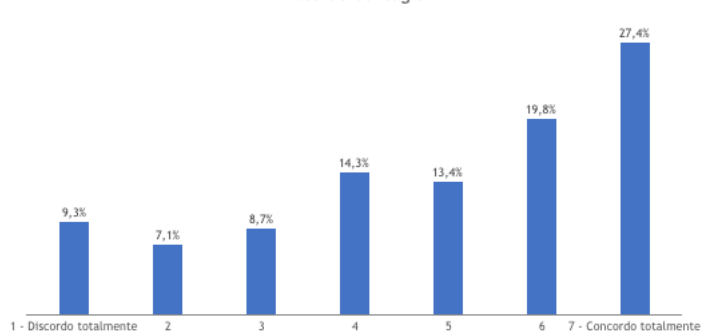
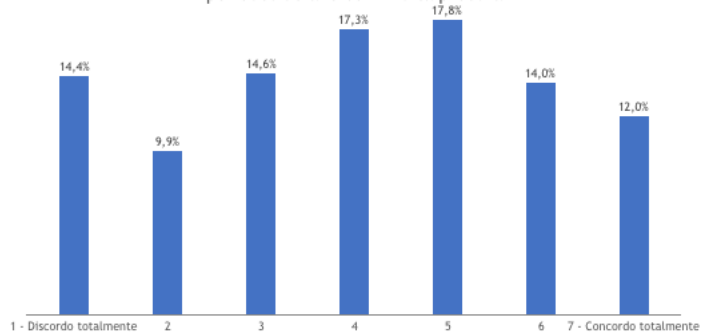


Figura 14: A COVID-19 veio mostrar que devemos evitar fazer férias nos períodos do ano com muita procura



Finalmente, merece ainda referência que, entre os inquiridos, **as estâncias de neve não registaram danos reputacionais significativos** (fig. 15), apesar de focos como o de Ischgl terem comprovadamente contribuído para a propagação da infeção em vários países europeus. Situações como essa parecem ter tido pouca repercussão no risco percebido dos inquiridos neste estudo, o que talvez se possa traduzir em indiferença ou desatenção pelo facto das férias de neve serem uma forma de turismo pouco comum e relativamente elitizada em Portugal.

Em relação aos impactos nas várias formas de alojamento, os dados recolhidos **não confirmam a hipótese de a COVID-19 ter contribuído para uma imagem melhorada do alojamento local** por este poder proporcionar maior isolamento e implicar menos contactos sociais (fig. 16). A opinião dos inquiridos aponta para uma maior confiança em hotéis que garantam o selo Clean & Safe (fig. 10). Embora os contactos sociais sejam mais limitados no alojamento local, é possível que o facto de serem empresas estabelecidas no mercado, com uma estrutura operacional e uma marca e reputação a defender, aumente a confiança nos hotéis e similares.

Surpreendentemente, também não se identificou um impacto severo na reputação dos hostels. Tendo em conta os surtos que emergiram neste tipo de alojamentos e a elevada densidade que caracteriza o seu modelo de negócio, seria expectável que tal acontecesse. Contudo, as repostas recolhidas distribuíram-se bastante homogeneamente ao longo da escala de Likert, mostrando ambiguidade e disparidade de opiniões entre os inquiridos (Fig. 17).

Por último, é de referir que **as residências secundárias** parecem ser, de todas as formas de alojamento, as que **saem com uma imagem mais beneficiada** da pandemia (fig. 18). Há, de facto, uma ligeira assimetria das respostas dos inquiridos no sentido de considerar que a COVID-19 veio mostrar que o melhor é fazer férias em residências secundárias. É possível que os inquiridos entendam este modo de alojamento como mais seguro do ponto de vista de saúde pública pelo maior controlo sobre as condições de limpeza e esterilização do espaço, e também por permitirem um maior distanciamento social e menos encontros com estranhos.

Figura 15: A COVID-19 veio mostrar que as estâncias de neve são destinos com grande risco de contágio

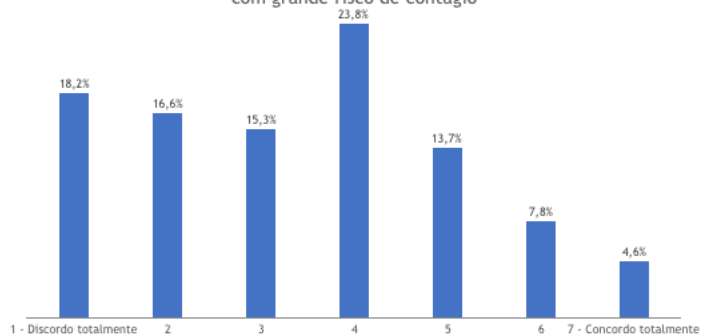


Figura 16: A COVID-19 veio mostrar que o arrendamento de curta de duração (AirBnB) é a melhor solução de alojamento

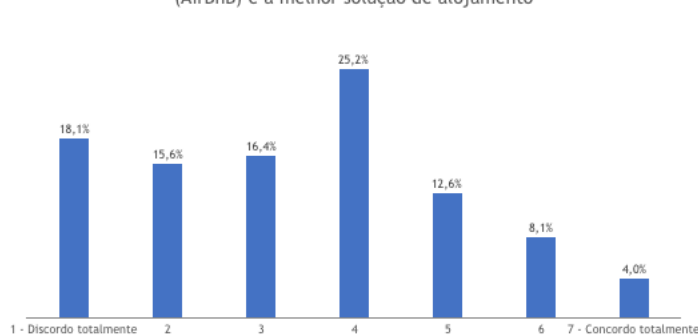


Figura 17: A COVID-19 veio mostrar que os hostels são locais a evitar

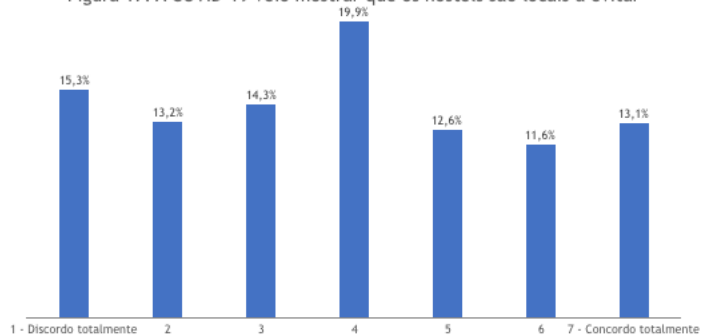
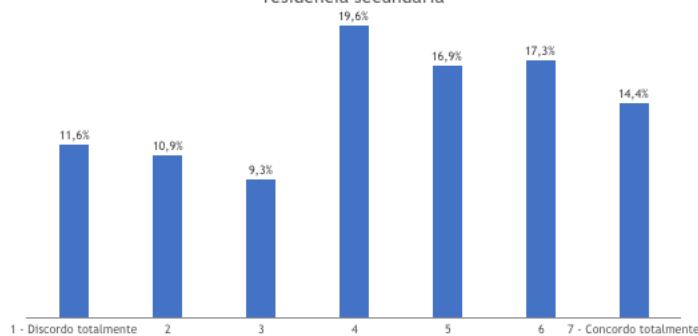


Figura 18: A COVID-19 veio mostrar que o melhor é passar férias numa residência secundária



ORIENTAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Dos dados reunidos nesta pesquisa, ressaltam três **ideias-chave** que devem ser particularmente consideradas pelos atores envolvidos no setor do turismo:

1. As mobilidades irão muito expectavelmente continuar diminuídas nos próximos tempos, com consequências nos níveis de procura;
2. A contratação da procura não é consequência apenas de constrangimentos exógenos (restrições médico-legais impostas às mobilidades e sociabilidades), mas também de fatores objetivos (e.g., perda de rendimento) e subjetivos (e.g., perda de confiança, aumento da percepção de risco) internos à própria procura;
3. Os efeitos da pandemia no setor do turismo e das viagens extravasarão certamente o horizonte mais imediato do verão de 2020 e devem justificar medidas de ajustamento mais duradouras por parte da «indústria» e da gestão de destinos.

Estas três ideias interconectam-se e recomendam **uma abordagem nova para o «relançamento» do turismo**. Nessa abordagem, será importante reter que as medidas de **higienização reforçada, o uso de meios de proteção individual, ou o distanciamento físico e social**, não são apenas imposições das autoridades sanitárias, mas medidas que a própria procura percecionará como positivas e irá requerer. O desafio que se coloca aos atores económicos é encontrar forma de **integrar estes elementos, que são fatores de confiança e ajudam à procura, no seu modelo de negócio e modo de operar**, mesmo sabendo que diminuem a capacidade operacional e aumentam os custos de funcionamento.

A adoção de medidas desta natureza num cenário de diminuição da procura inevitavelmente obrigará a **reajustamentos na dimensão da oferta**. As empresas turísticas devem realizar uma séria análise de redução de custos operacionais na medida da quebra de faturação. O lay off e o menor volume de trabalho podem ser aproveitado para reorganização das empresas, orientação estratégica e desenvolvimento de novos produtos turísticos. Os decisores políticos, por sua vez, devem **acautelar os impactos que esse redimensionamento forçosamente produzirá no emprego**, procurando definir quanto antes políticas e programas de diversificação económica vocacionados em especial para as regiões onde a dependência do turismo é mais pronunciada e os embates daquela conjugação serão mais severos. Regressar às fórmulas clássicas de «reativação» do turismo, com campanhas de promoção externa, organização de eventos, ou reposicionamentos no mercado em termos low cost é uma tentação que deve ser evitada, não apenas porque tais ações podem produzir externalidades negativas pesadas (risco de novas vagas da pandemia, que mais tarde prejudicarão a reputação do destino), mas também porque neste novo contexto terão, muito provavelmente, eficácia diminuída (Hall, Scott & Gössling, 2020). Na abordagem nova para o «relançamento» do turismo que é necessário ter, o **turismo doméstico e de proximidade deve merecer uma especial atenção**. **Viagens mais curtas, estadas mais longas**, são opções que devem ser encorajadas. Mercados com interesse em produtos turísticos de nicho mais diferenciados merecem ser incentivados. O turismo em residência secundária poderá ajudar na reanimação das economias locais. **Normas e selos de certificação sanitárias são ações que aumentam a confiança dos consumidores e devem ser estendidas a outras áreas de atividade**, como a animação turística e a restauração. A **desconcentração turística** em prol de destinos menos frequentados e de ofertas independentes e isoladas encontra também neste quadro uma oportunidade que deve ser aproveitada.

- Caber, M., González-Rodríguez, M. R., & Albayrak, T. (2020). Does perceived risk really matter in travel behaviour? *Journal of Vacation Marketing*. doi:10.1177/1356766720927762
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Journal of Sustainable Tourism*. doi:10.1080/14616688.2020.1759131
- IMF. (2020). World Economic Outlook Update, June 2020: A Crisis Like No Other, An Uncertain Recovery. International Monetary Fund. Disponível em <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>
- INE. (2020). Atividade turística – Maio de 2020 (Destaque – Informação à Comunicação Social). Instituto Nacional de Estatística. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=415204301&DESTAQUESmodo=2
- Noh, J., & Vogt, C. (2013). Modelling information use, image, and perceived risk with intentions to travel to East Asia. *Current Issues in Tourism*, 16(5), 455-476. doi:10.1080/13683500.2012.741576
- OECD. (2020). OECD Employment Outlook 2020: Worker Security and the COVID-19 Crisis. Organization for Economic Co-operation and Development. Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook-2020_1686c758-en

Autoria:

Eduardo Brito-Henriques,
Inês Boavida-Portugal,
Fernando Arrobas

Design:

Sebastião Brito

TERRITUR Policy Brief
Centro de Estudos Geográficos
Julho 2020

DOI: 10.33787/CEG20200001
ISBN: 978-972-636-289-0

Financiamento:

Este trabalho foi financiado por fundos nacionais
através da FCT – Fundação para a Ciência
e a Tecnologia, I.P., no âmbito dos Projetos
UIDB/00295/2020 e UIDP/00295/2020